



Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif

**PERANAN PROMOSI DAN PUBLISITI MEMBANTU DALAM
MENARIK MINAT AUDIEN UNTUK MENONTON SEBUAH
PEMENTASAN KAJIAN KES : BUKAN BUNUH DIRI KARYA
DINSMAN**

Ainul Marziah Binti Ramli

Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian
(Drama dan Teater)
2007

**PERANAN PROMOSI DAN PUBLISITI MEMBANTU DALAM MENARIK MINAT
AUDIEN UNTUK MENONTON SEBUAH PEMENTASAN
KAJIAN KES : BUKAN BUNUH DIRI KARYA DINSMAN**

Oleh:

AINUL MARZIAH BT RAMLI

**Projek ini merupakan salah satu keperluan untuk
Ijazah Sarjana Muda Seni Persembahan Dengan Kepujian
(Drama dan Teater)**

**Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif
UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK**

2007

UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK
BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS/LAPORAN

JUDUL: PERANAN PROMOSI DAN PUBLISITI MEMBANTU DALAM MENARIK MINAT AUDIEN UNTUK MENONTON SEBUAH PEMENTASAN KAJIAN KES : BUKAN BUNUH DIRI KARYA DINSMAN

SESI PENGAJIAN: 2004/2007

Saya **AINUL MARZIAH BT RAMLI**

mengaku membenarkan tesis/Laporan * ini disimpan di Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:

1. Tesis/Laporan adalah hakmilik Universiti Malaysia Sarawak
2. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja
3. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat pendigitan untuk membangunkan Pangkalan Data Kandungan Tempatan
4. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan tesis/laporan ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian tinggi.
5. *sila tandakan ☐

☐

SULIT

(mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan seperti termaktub di dalam AKTA RAHSIA RASMI 1972)

☐

TERHAD

(Mengandungi maklumat Terhad yang telah ditentukan oleh Organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan)

☒

TIDAK TERHAD

Disahkan

Tandatangan Penulis

Tarikh:

Tandatangan Penyelia

Tarikh:

Alamat Tetap:
No, 8A Felda Bersia,
33320 Gerik,
Perak Darul Ridzuan

Catatan: *Tesis/Laporan dimaksudkan sebagai tesis bagi Ijazah Doktor Falsafah, Sarjana dan Sarjana Muda

*Jika Tesis/Laporan ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa

Organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh tesis/laporan ini perlu dikelaskan

Sebagai SULIT atau TERHAD

Projek bertajuk “**Peranan Promosi dan Publisiti membantu dalam menarik minat audien untuk menonton sebuah pementasan. Kajian kes Bukan Bunuh Diri karya Dinsman**” telah disediakan oleh Ainul Marziah bt Ramli dan telah diserahkan kepada Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif sebagai memenuhi syarat untuk Ijazah Sarjana Seni Persembahan dengan Kepujian (**Drama dan Teater**)

Diterima untuk diperiksa oleh :

(Dr. Hasnizam Bin Abd Wahid)
Timbalan Dekan,
Prasiswazah dan Pemajuan Pelajar,
Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif,
Universiti Malaysia Sarawak.

Tarikh :

PENGHARGAAN

Syukur Alhamdulillah akhirnya saya berjaya menyiapkan penulisan ilmiah bagi Projek Penyelidikan Akhir saya. Pelbagai perasaan dalam menjalankan produksi *Bukan Bunuh Diri* menguji kesabaran dan ketabahan dalam menyiapkan tajuk ini sebagai tanggungjawab yang besar yang harus di pikul kerana saya menjadi tunggak utama dalam memberi informasi kepada sasaran penonton.

Saya bersyukur kerana mendapat sokongan dan kerjasama baik daripada semua pihak yang sudi membantu saya. Ucapan terima kasih kepada penyelia saya, yang sudi membantu, menunjukkan jalan mempermudah saya menjalankan kajian ini.

Jutaan terima kasih kepada kedua ibu bapa saya yang setia memberi sokongan sepanjang pengajian saya dari awal hingga ke akhirnya. Berkat doa restu dari mereka saya tidak mungkin akan mencapai ke tahap seperti ini di sini.

Kepada Robert Anyie terima kasih atas bantuan yang dihulurkan, terima kasih kerana sudi mendengar, berkongsi semua perasaan saya dan sentiasa berada di samping saya. Kata – kata semangat anda sentiasa di ingatan.

Akhir sekali untuk teman – teman seperjuangan yang memberi kritikan, komen, cadangan dalam usaha untuk mendapat hasil yang baik dalam produksi ini. Jasa kalian tetap tersemat kemas dalam ingatan ini. Diharap penyelidikan ini akan memberi manfaat kepada semua pihak.

Terima kasih..

Jadual kandungan

Halaman tajuk	i
Borang pengesahan status laporan	ii
Pengesahan dan tandatangan penyelia	iii
Penghargaan	iv
Jadual kandungan	v
Abstrak	viii
Abstract	ix

Bab 1 Pendahuluan

1.0	Pengenalan	1
1.1	Penyataan masalah	3
1.2	Objektif kajian	4
1.2.1	Objektif umum	4
1.2.2	Objektif Khusus	4
1.3	Skop kajian	4
1.4	Rasional kajian	5
1.5	Kesimpulan	6

Bab 2 Ulasan karya

2.0	Pengenalan	7
2.1	Promosi	7
2.2	Publisiti	8
2.3	Kesimpulan	9

Bab 3 Metodologi kajian

3.0	Pengenalan	10
3.1	Data	10
3.1.1	Kaedah pengumpulan data	10
3.1.2	Data Sekunder	11
3.2	Analisa data	11
3.3	Kesabihan data	11
3.4	Kesimpulan	12

Bab 4 Dapatan data

4.0	Pengenalan	13
4.1	Dapatan data dan perbincangan	14
4.2	Kesimpulan	36

Bab 5	Perbincangan	
5.0	Pengenalan	37
5.1	Proses- proses yang dilakukan	37
5.2	Strategi Promosi dan Publisiti	39
5.3	Bahan – bahan Promosi dan Publisiti	43
5.4	Kesimpulan	46
Bab 6	Kesimpulan dan cadangan	47
Rujukan		48
Lampiran		50

ABSTRAK

Untuk mencapai bilangan audien yang disasarkan dalam pementasan sesebuah produksi teater, promosi dan publisiti yang berterusan sehingga hari yang terakhir pementasan teater. Ini meliputi pemilihan kain rentang, iklan, kenyataan akhbar, poster dan sebagainya memainkan peranan yang amat penting kerana ianya dapat menarik minat sasaran audien terhadap pementasan ini yang akhirnya menentukan bilangan audien yang menyaksikan produksi teater berkenaan.

ABSTRACT

To archive a targeted amount of the audience in a theater production, effective and continuous promotion and publicity program form a major role, through a an interesting and informative promotional toll such as banner, advertisement, news release, poster, fliers, and exactra. To attract the interest of the targeted audience. This research will attempt to study the form of promotions and publicity in theater production in gathering interest from the potential audience.

BAB 1

PENGENALAN

Dalam bab ini, pengkaji akan menyentuh dengan lebih terperinci mengenai pengenalan, pernyataan masalah, objektif yang ingin dicapai melalui kajian ini, skop terhadap kajian dan rasional kajian.

1.0 Pengenalan

Dalam mana-mana persembahan produksi teater, peranan yang amat penting dalam menjayakan sesebuah pementasan adalah, untuk mendapatkan bilangan audien yang disasarkan untuk datang menyaksikan atau menonton sesuatu pementasan teater. Sasaran audien ini terletak kepada peranan promosi dan publisiti produksi berkenaan.

Ini kerana dengan kepelbagaian program promosi dan pubisiti yang dilakukan akan dapat menghubungkan diantara tenaga produksi atau produksi dengan sasaran audien atau orang awam terhadap persembahan berkenaan. Rangka program promosi dan publisiti yang dimaksudkan ini adalah bertujuan untuk menyampaikan mesej kepada sasaran audien terhadap pementasan teater mengenai apakah produksi yang akan dipertontonkan, di mana dan pada bila ianya akan dipersembahkan, tenaga produksi yang mempersembahkan teater berkenaan, dan lain-lain lagi maklumat yang dapat menarik minat sasaran audien yang pada akhirnya datang menyaksikan persembahan teater ini.

Dalam kajian ini, pengkaji akan mengambil produksi teater *Bukan Bunuh Diri* yang bakal dipersembahkan oleh pelajar tahun akhir Program Drama dan Teater, Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif, Universiti Malaysia Sarawak, (UNIMAS) pada tarikh yang dicadangkan iaitu pada 30 dan 31 Januari dan 13 dan 14 April 2007 sebagai produksi yang menjadi salah satu daripada syarat untuk bakal graduan bergraduasi.

Matlamat utama yang digariskan dalam persembahan produksi teater *Bukan Bunuh Diri* ini ialah untuk mencapai bilangan audien yang telah disasarkan bagi menyaksikan pementasan teater ini. Oleh sebab itu, tenaga produksi terutamanya promosi dan publisiti telah merangka beberapa bentuk program promosi dan publisiti yang diharapkan akan dapat membantu untuk mencapai sasaran audien yang telah ditetapkan.

Diantara bentuk atau program promosi dan publisiti teater yang telah di cadangkan dan dilakukan khusus terhadap produksi teater *Bukan Bunuh Diri* ini ialah kain rentang, media cetak , poster, edaran tangan atau *fliers* dan sebagainya. Ini adalah khusus sebagai cara berkomunikasi antara tenaga produksi teater *Bukan Bunuh Diri* terhadap sasaran audien yang telah ditetapkan iaitu pelajar-pelajar UNIMAS dan warga UNIMAS pada keseluruhannya yang termasuk pekerja-pekerja UNIMAS yang terdiri daripada pelbagai peringkat, pegawai-pegawai tadbir dan termasuk pensyarah-pensyarah daripada pelbagai fakulti di UNIMAS.

1.1 Penyataan Masalah

Adalah menjadi pertimbangan yang utama untuk mempromosikan produksi teater *Bukan Bunuh Diri* dengan giat dan berkesan bagi mencapai bilangan sasaran audien yang telah ditetapkan oleh tenaga produksi. Oleh sebab itu, pengkaji berminat untuk mendalami dan mempelajari bahagian promosi dan publisiti ini sebagai tajuk Projek Tahun Akhir.

Produksi teater yang dipersembahkan oleh Program Drama dan Teater, Universiti Malaysia Sarawak pada sebelum ini didapati tidak menumpukan perhatian sepenuhnya dalam objektif untuk meningkatkan bilangan audien melalui program promosi dan publisiti yang menyeluruh dan berkesan bagi meningkatkan bilangan audien, ini adalah kerana masih belum ada kajian seumpama ini dilakukan oleh pelajar Program Drama dan Teater. Atas pemasalahan inilah, pengkaji berminat untuk mengkaji secara khusus peranan promosi dan publisiti khusus untuk meningkatkan bilangan audien.

Disamping itu, pengkaji berminat untuk mengetahui corak komunikasi yang berkesan melalui program promosi dan publisiti yang dapat menghubungkan di antara tenaga produksi dan sasaran audien. Ini secara tidak langsung akan membantu untuk menjayakan pementasan Produksi Teater *Bukan Bunuh Diri* untuk mencapai bilangan audien yang disasarkan dan membolehkan pengkaji mendapatkan pengalaman secara langsung dalam mengkomunikasikan produksi teater dengan sasaran audien.

1.2 Objektif kajian

Objektif kajian ini terbahagi kepada dua bahagian utama, iaitu :

1.2.1 Objektif umum

Menganalisa keberkesanan program promosi dan publisiti yang telah dirangka khusus terhadap persembahan Produksi Teater *Bukan Bunuh Diri* dalam meningkatkan bilangan audien yang datang menyaksikan persembahan teater berkenaan.

1.2.2 Objektif Khusus

- (i) Mengkaji corak atau cara publisiti yang berkesan dalam mempromosikan pementasan teater *Bukan Bunuh Diri*.
- (ii) Menganalisa kesesuaian maklumat yang terdapat dalam bahan publisiti teater *Bukan Bunuh Diri* terhadap sasaran audien.
- (iii) Mengenalpasti tempoh yang sesuai untuk melaksanakan program ini seperti menampal poster, mengedarkan eadaran tangan atau *fliers*, menggantungkan *banner* dan sebagainya.

1.3 Skop kajian

Kajian ini dilakukan pada semester 1 dan semester 2 sesi 2006 – 2007 yang mana mengambil kira tempoh produksi ini harus dilakukan oleh pelajar-pelajar tahun tiga Program Drama dan Teater, Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif, Universiti Malaysia Sarawak (UNIMAS). Kajian ini juga hanya akan dilakukan di sekitar kawasan kampus UNIMAS iaitu tertumpu di kawasan Kampus Timur dan Kampus Barat. Ini adalah untuk mendapatkan responden di

kalangan warga UNIMAS yang terdiri daripada pelbagai fakulti dan jabatan pengurusan universiti.

Bagi mendapatkan maklum balas mengenai program promosi dan publisiti yang telah direka bentuk, borang soal selidik akan diedarkan kepada responden hanya pada tarikh persembahan dilakukan, ini adalah untuk memastikan pengkaji mendapat maklumbalas yang tepat dan secara langsung daripada audien persembahan produksi teater *Bukan Bunuh Diri*.

1.4. Rasional Kajian

Dengan menjalankan kajian seumpama ini, pengkaji mengharapkan peranan dan tugas publisiti dalam mana-mana produksi teater pada masa hadapan yang akan dipersembahkan mengambil kira tugas dan peranan promosi dan publisiti yang harus menjadi keutamaan dalam menjayakan produksi sesebuah persembahan teater yang perlu mengambil kira bilangan audien sebagai ukuran kejayaan atau kegagalan sesebuah produksi.

Kajian ini juga disasarkan untuk menjadi titik tolak kepada pengkaji atau pelajar-pelajar Program Drama dan Teater pada masa akan datang bagi mendalami dan mempelajari reka bentuk program promosi dan teater yang lebih baik atau berkesan untuk produksi teater yang bakal dipersembahkan terhadap sasaran audien.

1.5 Kesimpulan

Dalam bahagian ini, telah menerangkan secara terperinci tentang pengenalan tentang latar belakang kajian ini dijalankan. Selain itu, terdapat pernyataan masalah, objektif kajian terdapat dua objektif iaitu objektif khusus dan objektif umum. Manakala skop kajian pula menerangkan terperinci tentang sasaran penonton dan rasional kajian pula harapan pengkaji terhadap kajian ini.

BAB 2

ULASAN KARYA

2.0 Pengenalan

Dalam bab ini ia menyentuh tentang maksud – maksud dan definisi asas tentang promosi dan publisiti dan bahan – bahan promosi dan publisiti.

2.1 Promosi

Promosi merupakan salah satu dari elemen di dalam campuran pemasaran yang berfungsi untuk mengkomunikasikan apakah faedah terhadap apa yang ditawarkan kepada pasaran atau audien. Promosi memainkan peranan yang cukup penting dalam strategi pemasaran seni, terutamanya untuk mencapai bukan sekadar peminat seni karya yang sedia ada tetapi juga untuk meningkatkan minat peminat seni yang baru berjinak dengan dunia seni (Liz Hill, Catherine O’Sullivan and Terry O’Sullivan, 2003)

Buku rujukan *Asas Pemasaran* yang diterbitkan pada tahun 2002 oleh Rosli Salleh, Haslinda Hashim, Siti Rohayu Husin, Zakiah Abd Malek dan Muhammad Afrizal Abd Rahim promosi dapat definisikan sebagai “komunikasi yang digunakan oleh pemasar – pemasar untuk memberitahu, menggalakkan dan menyakinkan pembeli – pembeli yang berpotensi supaya mencuba dan membeli keluaran yang dipasarkan”

Dalam hal ini keluaran yang dipasarkan adalah pementasan teater *Bukan Bumuh Diri* ini dijadikan sebagai objek untuk dijual. Promosi adalah alat komunikasi untuk memberitahu orang ramai atau sasaran audien mengenai kewujudan keluaran teater ini.

Dalam buku *Promotion Management* yang ditulis oleh Norman Govani, Robert Eng dan juga Mortan Galper mendefinisikan promosi sebagai "*often called marketing communication, is all those means by which marketers to their target market*" Bermaksud, komunikasi pemasaran yang ditujukan oleh pemasar kepada *target market* sebagai sasaran.

2.2 Publisiti

Publisiti , merupakan satu usaha khusus untuk membina persepsi tertentu terhadap sesuatu subjek yang boleh merangkumi ahli politik dan seni persembahan. Dari sudut pemasaran publisiti adalah salah satu dari komponen promosi .

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong (2004), Publisiti , adalah dilakukan secara percuma melalui surat khabar, majalah dan stesen televisyen.

Media cetak – adalah merupakan satu bentuk pengiklanan yang menggunakan pelbagai ukuran bahan yang bertujuan untuk menarik minat audien.

Sesuatu program pengiklanan yang efektif dalam membantu dalam menarik minat sasaran audien. Untuk setiap media cetak ciri – ciri berikut harus di titikberatkan, ini adalah untuk mencapai objektif promosi dan publisiti.

- i) Pengedaran dan paparan
- ii) Rekabentuk dan penggunaan ruang.
- iii) *Copywriting*

Phaidon theater manual, stage management and theater administration by pauline

Poster pula bermaksud sekeping kertas yang berwarna dan bersaiz besar yang dilekatkan pada dinding atau mana –mana permukaan. Mengandungi elemen abjad dan grafik, dan dicipta dalam bentuk yang menarik perhatian untuk memberi maklumat kepada orang ramai.

Edaran tangan – sekeping kertas bersaiz tidak melebihi saiz A5 yang bercetak hanya sebelah muka sahaja. Kebanyakan digunakan oleh organisasi bersaiz kecil untuk pengiklanan pengeluaran sesuatu keluaran, perkhidmatan atau sebarang aktiviti. Di edarkan di laluan pejalan kaki, dilekatkan di papan buletin atau diedarkan semasa aktiviti dilakukan.

Edaran tangan - juga boleh di selitkan di dalam surat khabar kerana saiz agak kecil

Phaidon theater manual, stage management and theater administration by Pauline

2.3 Kesimpulan

Bab ini membincangkan tentang definisi – definisi Promosi dan Publisiti. Bab seterusnya membincangkan tentang metodologi yang digunakan di dalam kajian ini.

BAB 3

METODOLOGI KAJIAN

3.0 Pengenalan

Dalam bab ini pengkaji akan menyatakan kaedah atau metodologi yang digunakan dalam menjalankan kajian ini.

3.1 Data

Data yang digunakan ini ialah data primer yang dijalankan secara langsung atau terus daripada penonton untuk pementasan pertama dan pementasan kedua *Bukan Bunuh Diri*.

3.1.1 Kaedah Pengumpulan Data

Respondan terhadap kajian ini ialah audien yang datang menyaksikan pementasan ini pada kedua – dua pementasan. Ini adalah kerana untuk mendapatkan maklumbalas secara langsung daripada penonton yang datang terhadap bahan – bahan promosi dan publisiti yang telah dilaksanakan sebelum pementasan *Bukan Bunuh Diri* yang pertama dan kedua dipentaskan.

Kaedah edaran borang soal selidik yang dibahagikan kepada tiga bahagian khusus untuk penilaian responden terhadap keberkesanan bahan – bahan publisiti dan promosi yang telah dilaksanakan. Borang soal selidik ini diedarkan semasa hari pementasan Bukan Bunuh Diri yang pertama dan kedua.

3.1.2 Data Sekunder

Rujukan terhadap buku – buku rujukan, kajian – kajian yang terdahulu terbitan – terbitan khusus dan carian melalui internet juga dilakukan bagi mengukuhkan lagi pemahaman terhadap tajuk kajian dan kehendak – kehendak kajian. Pembacaan ini dilakukan di Pusat Khidmat Maklumat Akademik (CAIS) UNIMAS, dan Perpustakaan Dewan Bahasa dan Pustaka Cawangan Sarawak.

3.2 Analisa Data

Data yang diperolehi akan diproses dan dianalisis dengan menggunakan kaedah – kaedah pemprosesan ringkas seperti peratusan mudah, jadual kekerapan dan graf. Ini adalah kerana untuk memudahkan pemahaman pemeriksa dan pembaca kajian ini. Dengan cara ini sesuatu maklumat dapat dijelaskan dengan mudah dan teratur.

3.3 Kesahihan Data

Dalam menjalankan kajian ini kehendak 2/3 daripada keseluruhan responden atau audien kajian ini menjadi sandaran. Jumlah keseluruhan audien bagi kedua- dua pementasan ini diambil kira. Oleh sebab itu 2/3 daripada keseluruhan audien yang menjawab borang soal selidik ini akan menjadi had minimum bilangan responden terhadap kajian ini.

3.4 Kesimpulan

Bab ini menggambarkan dengan jelas tentang kaedah metodologi yang digunakan sebagai bentuk kajian dalam menjalankan kajian. Bab yang seterusnya membincangkan tentang dapatan data dengan terperinci tentang hasil yang diperolehi dari borang soal selidik yang di edarkan .

BAB 4

DAPATAN KAJIAN

4.0 Dapatan kajian

Dapatan kajian di bawah ini diperolehi dari borang soal selidik yang diedarkan dimana borang selidik ini di edarkan semasa pementasan *Bukan Bunuh Diri* pada 30 dan 31 Januari 2007 dan 13 dan 14 April 2007

Dalam borang ini terdapat 3 bahagian iaitu Bahagian A demografi responden, Bahagian B pula tentang pendapat penonton terhadap kriteria bahan –bahan promosi dan publisiti ini. Bahagian C pula tentang pengaruh – pengaruh promosi dan publisiti terhadap audien.

BAHAGIAN A

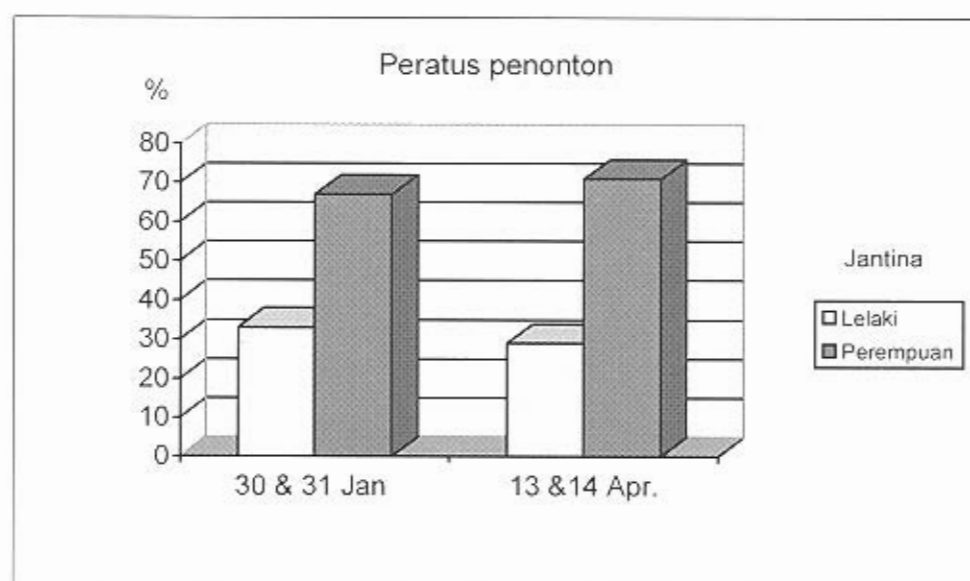
A) Tandakan (/) pada kotak yang telah disediakan.

Soalan 1

Jantina :

() Perempuan

() Lelaki



Gambarajah 1 : Bilangan jantina penonton yang hadir